

## Fekete Mariann

### Értékek, kultúra és McWorld - magatartás

*„Értékeink valamilyen módon szervezik és tagolják múltunkat, jelenünket és jövőnket. Értékeink orientálnak bennünket, szabályozzák testi-lelki energiáink felhasználását, behatárolják és kifejezik társadalmi hovatartozásunkat, társadalmi éniünket.” (Váriné Szilágyi Ibolya 1987: 27)*

#### Értékvizsgálatok Magyarországon

Az MTA Szociológiai Intézet Értékszociológiai Műhelye a hetvenes évek végétől több felmérést készített az ország értékrendszerének, az értékek struktúrájának vizsgálatáról, az értékpreferenciák változásáról a Rokeach-féle értékvizsgálati módszerrel (Andorka 2006: 581). A kutatók<sup>1</sup> meggyőződése, hogy az értékek alkalmasak a nagyszabású társadalompolitikai változások tanulmányozásához. Értelmezésükben az értékek kettős karakterrel bírnak. Egyrészt az innováció, a változás és az elképzelés potenciális forrásai, ezek az emberi magatartás legaktívabb és legmobilabb elemei. Másrészt szokások, rutincselekvések és viselkedésformák határozzák meg, ezért stabilak, folytonosak és változatlanok.

A vizsgálat adatai négy országos reprezentatív mintán folytatott kérdőíves vizsgálatból származnak. 1978-ban, 1982-ben, 1990-ben és 1993-ban zajlott a reprezentatív adatfelvétel, melyek segítségével arra keresték a választ, hogy 1978-93 között hazánkban történt-e értékváltozás, megfigyelhető-e lényegi eltolódás az értékválasztás struktúrájában (Füstös-Szakolczai 1994: 57). Az elemzések alapján a kutatók megállapították, hogy az egész időszakot magas fokú *értékstabilitás* jellemzi, a lezajlott változások Magyarországon nem vezettek az értékrendszerek teljes átstrukturálódásához. Azonban voltak olyan értékek, melyek folyamatos, egyenletes változást mutattak. A szocialista ideológia értékrendszerre kifejtett hatása 1978 és 1982 között jelentősen csökkent. Az elemzés a tradicionális értékrend dominanciáját mutatta a magyar társadalomban. A *család biztonsága, a nyugalom és az anyagi gyarapodás* volt a legfontosabb érték, míg a *siker, az önmegvalósítás, a hedonizmus,*

---

<sup>1</sup> Füstös László, Hankiss Elemér, Manchin Róbert, Szakolczai Árpád

az érdekes munka, azaz Inglehart meghatározása szerinti *posztmaterális értékek* másodlagosak voltak (Andorka 2006: 581).

A Hankiss Elemér (1983) által meghatározott értékrend-osztályozás részben vallási alapon osztja fel a magyar társadalomra jellemző értékrendeket. Egyfelől létezik egy *hagyományos keresztény értékrend*, mely hosszú évszázadokon át lehetővé tette a hiánytársadalmakban élő emberek számára azt, hogy súlyosan ínséges körülményeik ellenére is értékekben gazdag, értelemmel és reménnyel teli életet éljenek. A *puritán – felhalmozó értékrend* a XVI - XVII. században alakult ki, és szemben az előzővel, már nem veszi adottnak és megváltoztathatatlanak a létfenntartó javak hiányát, hanem minden emberi erőt és szándékot e javak felhalmozására mozgósít. A gyors felhalmozás érdekében szigorú normarendszerrel a minimumra szorítja vissza a fogyasztást, ezáltal puritán aszketikus jelleggel bír. A *fogyasztói - hedonikus értékrend* a felhalmozott javak fogyasztására, e javak nyújtotta lehetőségek kihasználására, élvezetére helyezi a hangsúlyt. A *XIX. századi, kora XX. századi munkásmozgalmak értékrendje* az adott társadalom megdöntésére és egy új társadalmi rend felépítésére mozgósítja az erőket. Hankiss úgy látja, hogy különösen a fogyasztói értékrend terjedt el, keveredve a felhalmozó értékrenddel, továbbá az értékek „negatív” modernizációja ment végbe, amely a „*Kaparj kurta, neked is jut*” magatartást preferálja.

Az ideológia a '90-es évekre teljesen eltűnt az értékrendszerből. A másik jelentős változás a magas fokú *individualizáció* és az értékrendszer *intellektuális* jellemzőjével függ össze. Magyarországon az erőltetett modernizációs folyamat az *individualizáció*, az *atomizáció* és a *szekularizáció* növekedését eredményezte. A szocialista rendszer mindennapi gyakorlatához köthető értékek szerepe csökkent, míg az anyagi jóléthez kapcsolódó értékeké nőtt.

Az ezredforduló után a TÁRKI a World Value Survey 5. hullámának magyarországi elemzése kapcsán megfogalmazta, hogy Magyarország a világ értéktérképén ott helyezkedik el, ahová történelme, kulturális öröksége helyét kijelöli. „*Értékszerkezetünk nagyjában-egészében a nyugati keresztény kultúra keretei közé illeszkedik, választásaink, preferenciáink a nyugati keresztény világhoz tesznek bennünket hasonlatossá. Ugyanakkor értékválasztásainkban az tükröződik vissza, hogy sok tekintetben ennek a kultúrkörnek a szélén helyezkedünk el, egy zárt, magába forduló társadalomként*” (Tóth 2009: 10). Magyarországra az önkifejezési értékek alapján a *zárt*, a világi-rationális értékek alapján pedig a *racióális/szekuláris* gondolkodásmód jellemző. Az értékrendben bekövetkező változások méréséhez Inglehart együttesen vizsgálja a *gazdasági fejlődést*, a *politikai és kulturális változásokat*. Inglehart két

nagyobb dimenzió mentén igyekszik azonosítani a változásokat. Az egyik a vallási, családi, nemzeti tekintély gyengülését méri (tradicionális/ szekularizált, modern értékek). A másik a bizalom, a tolerancia, a civil társadalom erejét összefoglaló mutatókat jeleníti meg (zárt/nyitott gondolkodás). A *zárt* gondolkodás jellemzője az interperszonális és társadalmi szinten jelentkező alacsony szintű bizalom, mérsékelt tolerancia, közügyektől való távolmaradás. A *racióális/szekularizált* gondolkodásmóddal jellemezhető társadalomban a közösségi kontroll gyenge, az individuumok szerepe és önállósága nagyobb (Tóth 2009: 10).

### **Értékek és a kultúra kapcsolata**

Andorka Rudolf meghatározása szerint az *„értékek olyan kulturális alapelvek, amelyek kifejezik azt, hogy az adott társadalomban mit tartanak kívánatosnak és fontosnak, jónak vagy rossznak. Az értékek és azok sorrendje társadalmanként és korszakonként eltérő lehet”* (Andorka 2006: 569). A kultúra szociológiai meghatározása szerint a kultúra anyagi, kognitív és normatív elemekből áll, azaz tárgyakból, tudásból, a viselkedést szabályozó értékekből és normákból. Az értékek kialakulásának, közvetítésének és megőrzésének legfontosabb területei az adott társadalom anyagi-technikai kultúrája, az együttélés formái és viszonyai, az ezt szabályozó szokások és normák világa, a társadalom intézményrendszere, a társadalom szellemi életét meghatározó ideologikus formák (vallás, erkölcs, politika, jog, művészet), továbbá a tudományos és technikai ismeretek által közvetített gondolkodásmód (Váriné 1987: 30). Minden társadalomnak szükségképpen van saját kultúrája, mely meghatározza, hogy a társadalom tagjainak a társadalmi együttműködésben, érintkezésben hogyan kell viselkedniük. A kultúra fogalma értelemszerűen kizárólag a társadalommal együtt érvényes, a társadalommal együtt használatos. A kultúra funkciója a társadalom szempontjából *kettős*: fenntartja az adott közösséget, hordozza azokat az értékeket, normákat, amelyek a társadalom számára fontosak, továbbá integrációs funkciót is betölt.

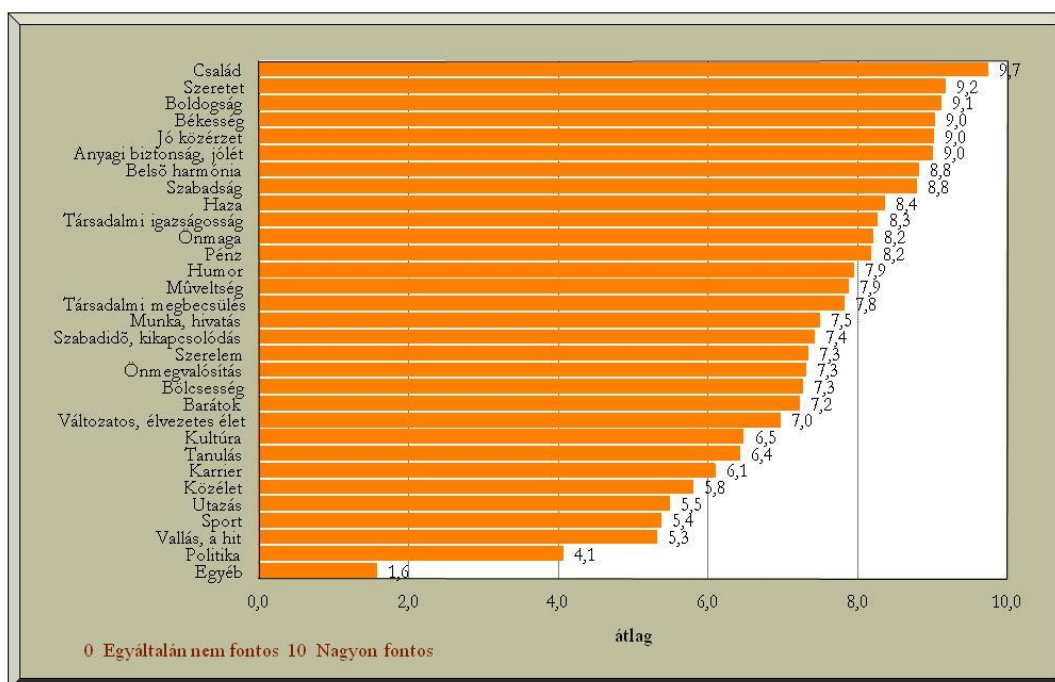
A kultúrával kapcsolatos attitűdök és a kultúrafogyasztási szokások vizsgálatát a *Nemzeti Kulturális Alap* megbízásából a *Szonda-Ipsos* és a *GFK Hungária* 16 éve végzi, a vizsgálatok fő célja az országos *rádióállomások hallgatottságának*, az országos *tévécsatornák nézettségének* mérése, a *mozik és színházak látogatottságának* vizsgálata, a médiapiac változásainak elemzése.<sup>2</sup> Az új évezredben folytatott kutatások új elemekkel bővültek: vizsgálták az *értékorientációt*, a *világ- és társadalomkép*, valamint az *önkép* hatását a kulturális tevékenységre és fogyasztásra. *„Akár követ, akár elutasít valaki egyes kulturális*

---

<sup>2</sup> A vizsgálatok eredményeinek bemutatása nem célja e tanulmánynak.

*mintákat az életben, a kiindulás csakis értékek alapján lehetséges”* (Csepeli - Prazsák 2009: 105).

2008-ban a Szonda Ipsos végezte az adatfelvételt, az emberi magatartást és értékrendet a 3000 fős lakossági adatfelvétel alapján vizsgálták. A megkérdezetteknek egy-egy 10 fokozatú skálán kellett meghatározniuk, hogy a megadott 30 érték mennyire fontos számukra (Csepeli - Prazsák 2010: 161).



*1. Ábra. Az embereknek sok minden fontos lehet az életben. Ön számára mennyire fontos...? (átlagok)*

A válaszadók számára *legfontosabb* a család, a szeretet, a boldogság, az anyagi biztonság és a jó közérzet, a *sor végén* a politika és a közélet, a sport és az utazás, a vallás és a hit áll. A Magyarországon végzett értékvizsgálatok jellemzően ugyanezeket az elemeket mutatják a rangsor elején és a végén is. Az adatokat az internethasználat aspektusából is megvizsgálták, azaz, hogy a válaszadó internetezik-e vagy sem. A két csoport között jelentős különbség nem tapasztalható, mindössze a *szerelem*, a *haza* és *pénz* esetében látható minimális különbség,

amit a kutatók a két csoport közötti jelentős életkorbeli különbséggel magyaráznak (Csepeli - Prazsák 2009: 106).

### **Értékek és a McWorld magatartás<sup>3</sup>**

Vitányi Iván „*A XX. század kulturális kihívásai*” című tanulmányában kifejti, hogy a XX. században átalakult a kultúra szerkezete, megváltozott a kultúra helyzete, a kultúra mennyiségi viszonyai (a kulturális jelenségek, alkotások azon körének mennyisége, mellyel az egyén élete során találkozik), a kultúra értékelésének rendje. Ennek következtében megváltozott a kultúráról való gondolkodás is. A 20. század kultúráját illetően Vitányi a „*kihívás*” szót alkalmazza. Terjed a modern kor *szórakoztató kultúrája*, amely technikai színvonalát illetően nem alacsonyabb rendű, mint akár a legmagasabbnak tartott értékeké. A komputerizáció, az informatika és a kommunikáció forradalma olyan új eszközöket hozott létre, amely radikális változásokat eredményezett a kultúra területén is. Minden információ és minden kulturális tartalom időbeli és térbeli korlátok nélkül eljut mindenkihez. A társadalmi korlátok azonban megmaradnak, amelyeket ezek az eszközök önmagukban nem tudnak átlépni. A kultúra eddigi szerkezete átalakul. Az eddigi két nagy szociokulturális szféra, a *magas- és a szórakoztató – hétköznapi kultúra* mellé, illetve fölé harmadikként felépül a *tömegkommunikáció* világa. „*Meglazulnak a hagyományok, bizonytalanná válik az erkölcs, összekeverednek a nemzetek, veszedelembe kerül a népi – nemzeti identitás és szuverenitás, de nem lép a helyébe megfelelő hagyomány, erkölcs, identitás*” (Vitányi 2006: 108).

A kulturális fogyasztás, a kultúrákövetítés, a kulturális orientálódás technikai háttere jelentős változásokon ment keresztül az utóbbi évtizedekben. Az informatika és a kommunikáció forradalma nyomán új eszközök születtek, melyek révén lehetővé vált a kultúra *demokratizálódása*, széleskörű és komplex fogyasztása. A kultúra ma már sokkal inkább mindenkié lehet, függetlenül származástól, képzettségtől, településtípustól. A kultúra és a kultúrafogyasztás szerkezetét ugyanakkor döntően meghatározza a társadalom struktúrája. A rendszerváltozás óta eltelt két évtized jelentős méretű strukturális változásokat okozott a társadalomban, melynek következtében fokozatosan nőtt a leszakadók aránya, akik gazdasági, politikai és kulturális téren is perifériára szorultak.

2008-as adatfelvétel lehetőséget nyújtott Csepeli és Prazsák számára, hogy összehasonlító elemzést végezzenek az *internetező* és *nem internetező* körében megmutatkozó

---

<sup>3</sup> Vitányi Iván klasszifikációja (2006). A McWorld magatartás a XX. század utolsó szakaszának szülötte. Ebben a csoportba tartoznak az új kultúraipar aktív fogyasztói, számuk különösen a fiatalok körében magas.

kultúrafelfogások feltárására, a jellegzetes kulturális viselkedési minták és értékek feltérképezésére. A kutatók meggyőződése, hogy az internet használata döntő módon befolyásolja az emberek esélyeit a minőségi életre. A felmérés eredményei azt mutatják, hogy minél szélesebb körben használja valaki az internetet, minél komolyabb ismeretei vannak a digitális írástudást illetően, annál inkább pozitív kapcsolatot látnak a kultúra és az internet között (Csepeli - Prazsák 2010: 137).

Egyre nagyobb számban léteznek olyan társadalmi csoportok is, amelyeknek tagjai aktív internethasználóként kulturális fogyasztásuk szélesítésére, színesítésére, gyenge kötéseik megsokszorozására is használják az informatikai eszközöket. Ezek az átlagosnál aktívabb kultúrafogyasztók egy - egy művészeti ág köré csoportosulva fórumokat, internetes oldalakat hoztak létre, csoportokat alakítanak. Jelen tanulmányban egy, az átlagosnál aktívabb kultúrafogyasztó közeg értékorientációit vizsgálok online kérdőíves módszerrel: ők a „Mindennapi klasszikusok”. A tárgyalt közösség egy zenei ízlés és preferencia mentén szerveződő csoport,<sup>4</sup> ahol a tagokat a klasszikus zenei iránti érdeklődés fogja össze.<sup>5</sup> Ennek a csoportnak a tagjai töltötték ki a kérdőívet.

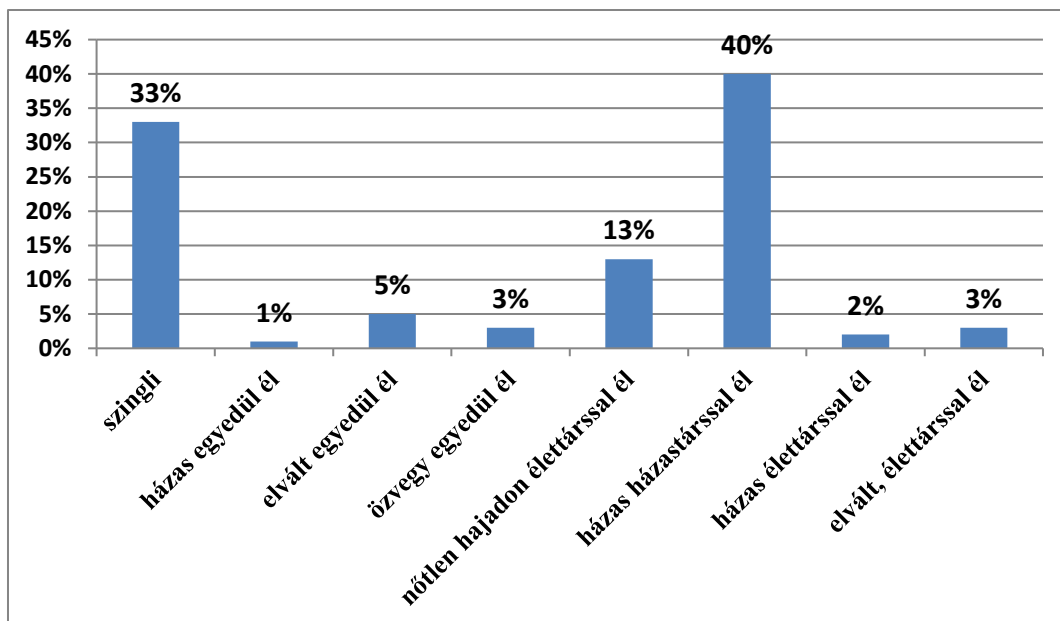
A kérdőív kitöltői csaknem azonos arányban oszlanak meg nemek szerint. A 376 válaszadó 54 százaléka férfi, míg 46 százalékuk nő.

A mintában felülreprezentáltak az aktív keresők (3. Ábra), a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (4. Ábra) és a fővárosi lakosok (5. Ábra). Mindez összhangban áll a korábbi országos vizsgálatok eredményeivel: a *komolyzene iránt érdeklődők jellemzően magasan iskolázott, magas társadalmi státuszú, fővárosi vagy nagyvárosi lakosok*.

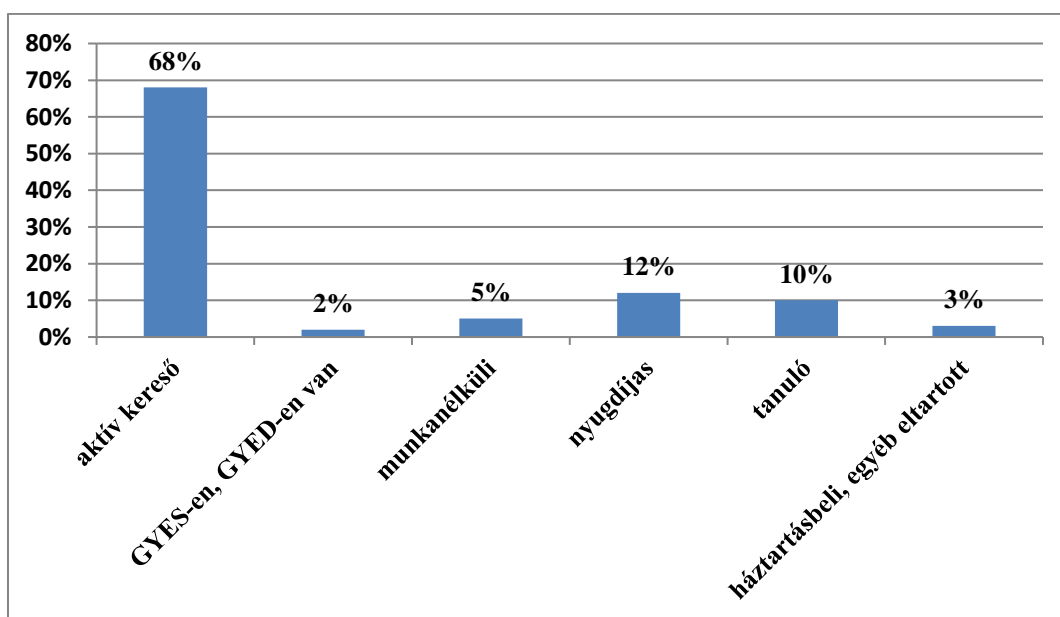
---

<sup>4</sup> A Mindennapi Klasszikus Facebook oldalának követői: 2.594 fő 2013.01.05-én. Fekete Márton az oldal és a Mindennapi Klasszikusok blog „atyja”, a zene iránti személyes érdeklődésből, kifejezési vágyból és a social média működése iránti kíváncsiságból indította el a blogot és az oldalt.

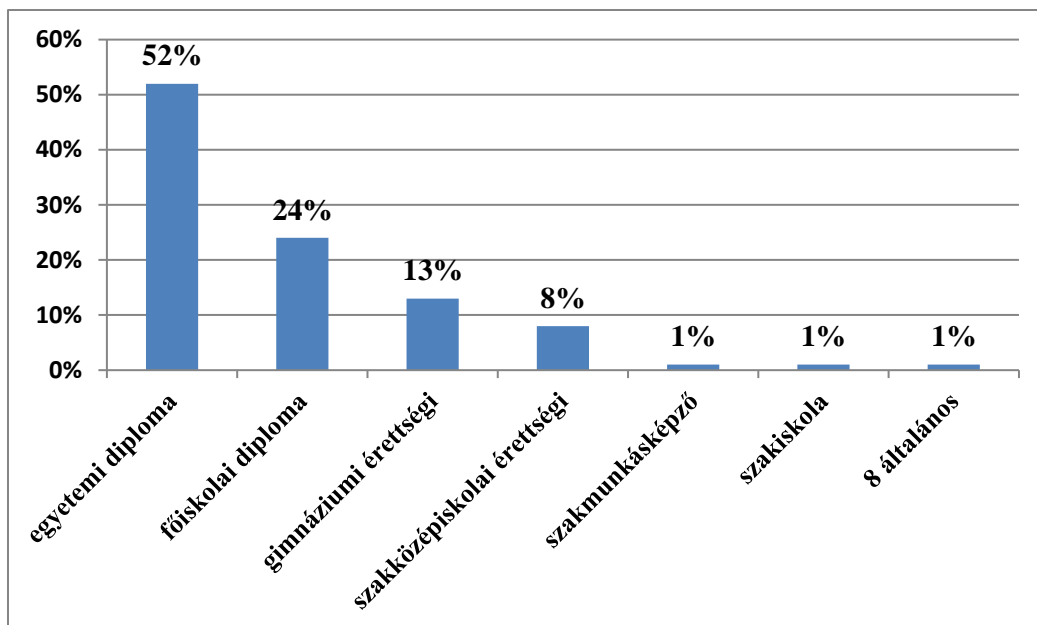
<sup>5</sup> Az online kérdőívet 2013.01.06-01.14. között töltötték ki. A jellemzően homogén alapsokaságú, feltáró jellegű kutatásoknál alkalmazott nem véletlen mintavételi eljárást, önkényes mintavételt használtam módszerként. A minta torzítása matematikailag nem számítható.



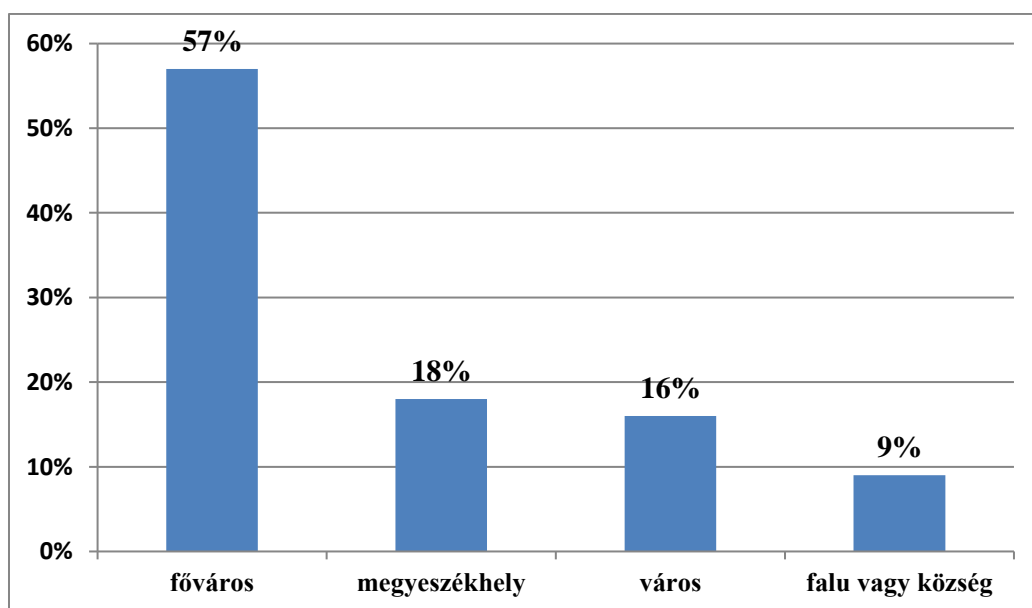
2. Ábra. Családi állapot szerinti megoszlás (N=376)



3. Ábra. Gazdasági státusz szerinti megoszlás (N=376)



4. Ábra. Iskolai végzettség szerinti megoszlás (N=376)



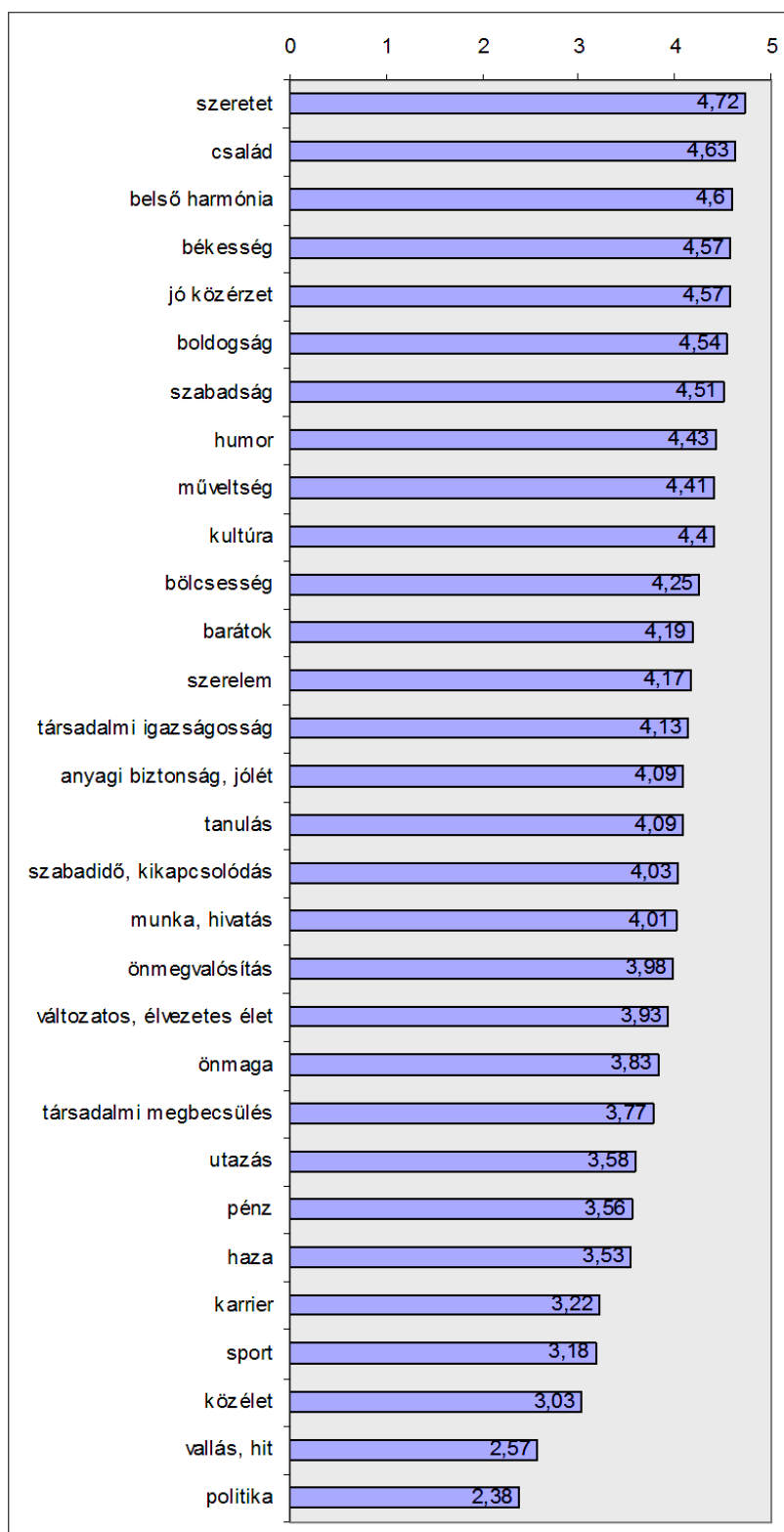
5. Ábra. Lakóhely szerinti megoszlás (N=376)

A felmérésben arra kértem a válaszadókat, hogy egy - egy ötfokozatú skálán értékeljék, hogy a felsorolt értékek mennyire fontos számukra.<sup>6</sup> Az összehasonlíthatóság érdekében ugyanazokat az elemeket tartalmazza a kérdés, mint a 2008-as vizsgálat kérdőíve (6. Ábra). A két táblázatot összevetve láthatjuk, hogy a lista elején és végén nincs jelentős különbség. Az élen ugyan helyet cserélt a *szeretet* és a *család*, de a válaszadók számára a legfontosabbak továbbra is ugyanazok a tradicionális értékek: *boldogság*, *békesség*, *jó közérzet*, *belső*

<sup>6</sup> Ahol az 1 azt jelenti, hogy az adott érték egyáltalán nem fontos, az 5 pedig azt, hogy nagyon fontos.



*harmónia. A felsorolt értékek közül jelenleg is, ahogyan 2008-ban is, a legkevésbé fontos a politika, a vallás és a hit, a közélet és a sport.*



6. Ábra. Az embereknek sok minden fontos lehet az életben. Ön számára mennyire fontos..?  
(átlagok) N=376

A II. világháború után megszülető totális kommunista rendszerek, amelyek a marxista ideológiára és a szovjet tapasztalatokra támaszkodtak, harcos vallás- és egyházellenes vonalat képviseltek. Az állam *politikai eszközökkel* próbálta az értékek, közöttük a vallási értékek elfogadását vagy elutasítását befolyásolni, az egyházi intézményeket *államosították*, az *egyház közéleti szerepét felszámolták*, számos *vallási tevékenységet üldöztek*. 1945-ig a vallás, mely a társadalom és az államrend fő oszlopai közé tartozott, a kommunizmus idején üldözötté vált és a magánélet keretei közé húzódott (Tomka 2009: 65). A rendszerváltást követően a kérdőíves felmérések azt mutatták, hogy növekedett az önmagukat vallásosnak besorolók aránya, majd az ezredfordulóra megállt az egyházhoz kötődő vallásosság növekedése és emelkedett a „maga módján” típusú vallásosság. A European Values Study három egymást követő hullámában szerepeltek vallásosságra vonatkozó kérdések, a 2008-as felmérés adatait tekintve enyhén csökkenő vallási identitással jellemezhető a magyarországi felnőtt lakosság, melyen belül az egyéni vallásosság a domináns.<sup>7</sup> Ezt a tendenciát tükrözik az idézett értékkutatások eredményei is.

A magyar lakosság szívesen hangoztatja és áltatja magát azzal, hogy a magyar *sportnemzet*, különösen nagyszabású sportesemények, például az olimpiai játékok idején. *Valójában mozgásszegény életmód jellemzi a magyar társadalmat*, a különböző sporttevékenységek végzése nem tartozik a legnépszerűbb szabadidős tevékenységformák közé. A 2009-es Eurobarométer felmérés adatai szerint a rendszeresen sportolók aránya Portugáliában és Magyarországon a legalacsonyabb, a lakosság csupán 5 százaléka végez rendszeresen (heti 5 alkalommal) sporttevékenységet (az EU átlag 9%), az egyáltalán semmilyen sporttevékenységet nem végzők aránya 53 százalék Magyarországon. A felmérés szerint Németországban a lakosság 61 százaléka, Ausztriában is a lakosság több mint fele tagja valamilyen sportklubnak (57%). Ebben a mutatóban is Magyarország található a sor végén, hiszen a lakosság mindössze 8 százaléka számolt be arról, hogy tagjai valamilyen sportklubnak.<sup>8</sup> Ez a csekély érdeklődés a sport és a rendszeres testmozgás, testkultúra iránt megmutatkozik mindkét értékskálán.

Az 1981-1982. évi *Társadalomtudományi Intézet* által végzett felmérések adatai a tradicionális értékrend uralmát mutatták, ahol a legfontosabbak a *család*, a *nyugalom*, a *megbecsülés*, az *anyagi előrejutás*, a *hit* és a *szabadság* (Andorka 2006: 581). Az *anyagi*

---

<sup>7</sup> Forrás://forsense.hu/tarsadalom/muhely-tanulmanyok-valtozo-vallasossag-magyarorszagon.

(letöltés:2013.01.14)

<sup>8</sup> Forrás: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-10-383\\_en.htm?locale=en](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-383_en.htm?locale=en). (letöltés:2013.01.14.)

*biztonság* és a *jólét* a 2008-as vizsgálat alkalmával is a lista elején szerepelt, a 6. pozíciót foglalta el, a *pénz* a 12. helyet. A *Mindennapi Klasszikusok* követői számára a materiális javak kevésbé fontosak, a pénz az értéklista végén helyezkedik el. Sokkal fontosabb számukra a kultúra és a műveltség, mely a korábbi vizsgálat során a 23. pozíciót foglalta el. Számukra kevésbé értékes a *haza* ugyanakkor fontosabb értékek közé tartoznak a *barátok*, a *tanulás* és a *bölcsesség*. A *szabadság* és a *haza* korábban mintegy összetartozó párként az értékek rangsorában elől helyezkedtek el (8. és 9. hely), ugyanakkor a *Mindennapi klasszikusok* csoportjában felvett értékteszt szerint a két érték eltávolodott egymástól (*szabadság* 7. hely, *haza* 25. pozíció). A korábbi értékvizsgálatoknál hazánkban mindig fontos célérték volt a *haza*, a *munka* és az *anyagi jólét* (Andorka 2006: 582), ezt a jelen vizsgálat eredményei nem tükrözik.

A zenei közösség kevésbé tűnik individualistának, mint az országos minta tagjai, önmagukat kevésbé tartják fontosnak, csak a 21. helyre volt elég a *self*. Kevésbé fontos számukra a hedonizmus, a modern emberre jellemző, az önmegvalósítással összefüggő értékek. A *karrier* mindkét esetben a felsorolás végén, a *munka* és a *hivatás* a lista közepén található. A *társadalmi élettel összefüggő értékek* (társi megbecsülés, közélet, politika) a kevésbé fontos dolgok közé tartoztak és tartoznak a vizsgált közösség esetében is.

Az értékek jelentősége a kultúra felől közelítve abban ragadható meg, hogy az egyén számára belső készítetési állapotokat hoznak létre a másik, a csoport, a társadalom szempontjából fontos célok elérése érdekében. Annak érdekében, hogy feltárjam, a válaszadók a felsorolt 30 értéket milyen rendező elvek alapján osztályozták, főkomponens elemzést végeztem.<sup>9</sup> Az elemzés eredményeképpen kialakult öt főkomponenst, öt érték-osztályt az 1. táblázat mutatja be.<sup>10</sup> Az első csoportba a *belső motivációt* meghatározó értékek kerültek (*műveltség, kultúra, tanulás*), vele opozícióban áll a *külső érvényesüléshez* szükséges értékek halmaza, amely a második osztályt alkotja (*karrier, pénz, anyagi biztonság*). A harmadik osztályba a békés magánéletet működtető *tradicionális értékek* kerültek (*békesség, szeretet, család, boldogság, jó közérzet, belső harmónia*) míg a negyedikbe a *self, az individuum, a hedonizmus* szolgálatában álló értékek (*változatos, élvezetes élet, szabadidő, önmegvalósítás, önmaga*), végül az ötödikbe a *társadalmi elvárásokhoz való igazodást* elősegítő értékek (*társadalmi megbecsülés, társadalmi igazságosság, közélet, haza*).

---

<sup>9</sup> A „vallás, a hit”, a „politika” és az „utazás” kikerült az elemzésből, alacsony volt a kommunalitás, fontosságuk egyik főkomponensre sem illeszkedett.

<sup>10</sup> A csoportok értelmezéséhez kiindulópontként Csepeli és Prazsák meghatározását vettem alapul.

értékosztályok	értékek	kommunalitás	faktorsúly	magyarázott variancia %
<i>belső érvényesülés</i>	műveltség	0,66	0,81	51,25
	kultúra	0,58	0,76	
	tanulás	0,54	0,74	
	bölcsesség	0,52	0,72	
	humor	0,45	0,67	
	barátok	0,48	0,69	
	munka, hivatás	0,41	0,64	
	szabadság	0,44	0,66	
<i>külső érvényesülés</i>	karrier	0,44	0,66	64,02
	pénz	0,75	0,86	
	anyagi biztonság, jólét	0,72	0,85	
<i>magánélet</i>	békesség	0,72	0,84	66,96
	szeretet	0,72	0,85	
	család	0,60	0,77	
	boldogság	0,65	0,81	
	belső harmónia	0,59	0,77	
	jó közérzet	0,71	0,84	
<i>individualizmus</i>	változatos, élvezetes élet	0,61	0,78	55,55
	szabadidő, kikapcsolódás	0,58	0,76	
	önmaga	0,52	0,72	
	önmegvalósítás	0,56	0,75	
	szerelem	0,48	0,69	
<i>közösség</i>	társadalmi megbecsülés	0,63	0,79	52,79
	társadalmi igazságosság	0,54	0,73	
	közélet	0,39	0,62	
	haza	0,53	0,73	

1. Táblázat. Érték-osztályok és értékek (főkomponensek)

Az érték-osztályok alapján megvizsgáltam, hogy mennyi és mekkora méretű csoportok különülnek el a mintán belül. A csoportosítást K-Means eljárás segítségével végeztem el, a kialakult klasztereket mutatja a következő táblázat.

értékosztályok	klaszterek			
	<i>visszahúzódnók</i>	<i>nihillisták</i>	<i>érték-hiányosak</i>	<i>érték-gazdagok</i>
<i>magánélet</i>	,043	-5,02	-0,63	0,45
<i>külső érvényesülés</i>	-0,27	-2,14	-1,01	0,72
<i>közösség</i>	-0,11	-1,82	-1,28	0,66
<i>individualizmus</i>	-0,26	-2,97	-0,88	0,71
<i>belső érvényesülés</i>	-0,04	-4,35	-0,95	0,61
elemszám (%)	147 (39,2%)	8 (2,2%)	60 (16%)	160 (42,6%)

2. Táblázat. Értékosztályok szerint képzett csoportok

A statisztikai elemzés után négy csoport különült el, két nagy létszámú és két, arányaiban kicsi klaszter. Az értékek bősége jellemző legnagyobb létszámú csoportra (160 fő), számukra rendkívül fontos maga az *individuum*, az *önmegvalósítás*, hogy kihozzák magukból a legtöbbet és a legjobbat, *karriert* építsenek és egy olyan életformát alakítsanak ki, amelyben nemcsak a pénznek és a munkának, de a szabadidő aktív eltöltésének, a kikapcsolódásnak és az érzelmi életnek is fontos szerep jut. A legkisebb létszámú csoportra, a *nihillistákra* az értékek teljes elvetése jellemző (mindössze 8 fő). Semmiféle értékkonstrukció iránt nem mutatnak érdeklődést, hangsúlyosan elutasítják a magánélethez és a belső érvényesüléshez kapcsolódó értékeket. Az *értékhiányos* csoport valamelyest népesebb (60 fő), ők sem preferálják egyik értékosztályt sem, de kevésbé drasztikusan utasítják el őket, mint a nihillisták. A második legnépesebb klaszter a privát szférát, a tradicionális értékeket előtérbe helyezők (147 fő), akik visszahúzódnaknak nevezhetünk. Jellemzőjük, hogy elutasítják az *individualizmus* és a *külső érvényesülés* mellett, a *belső érvényesülést* és a *közösséggel* kapcsolatos értékeket is. Egyetlen érték osztály fontos számukra: a *magánélet*.

## Összegzés

Minden ember életét, tetteit meghatározzák az általa vallott és követett konkrét és általános értékek. Azok az *értékek*, melyek egyrészt a személyiség legmélyebben beágyazott, eligazodást szolgáló támpontjai, melyek beágyazottságuk révén szilárdságot, következetességet, biztonságot képesek nyújtani az ember számára a társadalomban történő együttélésben. Másrészt az értékek a társadalmi csoportok, rétegek, osztályok integrációjának szociálpszichológiai eszközei a világ kollektív értelmezésére (Csepeli 2006: 235).

Az értékpreferenciák struktúrájában jelentős változás nem történt hazánkban az elmúlt negyven évben. Noha egyre nagyobb fontosságot tulajdonítunk az egyéni teljesítménynek, a társadalmi felemelkedésnek, egyre hangsúlyosabbá válik a siker és a meggazdagodás, továbbra is a hagyományos tradicionális értékek a legfontosabbak, azaz a család, a nyugalom és a békesség, legkevésbé fontos értékek pedig vallás, a hit, a politika, a sport és a közélet. Ugyanezt a tendenciát figyelhetjük meg az általam vizsgált, magas státuszú, az átlagosnál aktívabb kultúrafogyasztó csoport esetében is.

## Bibliográfia

Andorka, R. 2006. *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris.

Csepeli, Gy. 2006. *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris.

Csepeli, Gy., Prazsák, G. 2009. Új szegénység. In: *(Vész)jelzések a kultúráról. Jelentés a magyar kultúra állapotáról*. Budapest: MTA, PTI.

Csepeli, Gy., Prazsák, G. 2010. *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. Budapest: Józsefvárosi Könyvtár.

Füstös, L., Szokolczai, Á. 1994. Értékek változásai Magyarországon, 1978-1993. Kontinuitás és diszkontinuitás a kelet-közép-európai átmenetben. *Szociológiai Szemle*. Vol.4. No.1. pp. 57-90.

Hankiss, E. 1983. *Társadalmi csapdák. Diagnózisok*. Budapest: Magvető.

Keller, T. 2007. A modernizációs folyamat hatása az értékrendre. *Szociológiai Szemle*. Vol. 17. N.3-4. pp. 4-37.

Tomka, M. 2009. Vallásosság Kelet- Közép Európában Tények és értelmezések. *Szociológiai Szemle*. Vol. 19. No. 3. pp.64-79.

Tóth, I., Gy. 2009. *Bizalomhiány, normazavarok, igazságtalanságérzet és paternalizmus a magyar társadalom értékstruktúrájában*. Budapest: TÁRKI.

[http://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult\\_elemzeszaro\\_toth.pdf](http://www.tarki.hu/hu/research/gazdkult/gazdkult_elemzeszaro_toth.pdf)

(letöltve:2013.01.10.)

Utasi, Á. 1984. *Életstílus – csoportok, fogyasztási preferenciák*. Budapest: MSZMP KB Társadalomtudományi Intézet.

Váriné, Sz., I. 1987. *Az ember, a világ és az értékek világa*. Budapest: Gondolat.

Vitányi, I. 2006. *A magyar kultúra esélyei*. Budapest: MTA Társadalomkutató Központ.

Vitányi, I. 2004. A XX. század kulturális kihívásai. *Ezredforduló*. Vol. 8. No. 3-4. pp. 19-23.